



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

REPRESENTASI NILAI SOSIAL PADA IKLAN PEPSODENT AYAH ADI DAN DIKA VERSI GANTI PERAN

ABSTRACT

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Representasi Nilai Sosial Pada Iklan Pepsodent Ayah Adi dan Dika Versi Ganti Peran”. Iklan ini menampilkan dua karakter yaitu Ayah Adi dan Dika. Dalam iklan Ayah Adi dan Dika, keduanya menampilkan tips dan trik tentang bagaimana cara menyikat gigi yang baik dan benar menggunakan ide-ide kreatif yang diperlihatkan per episode. Iklan ini tidak hanya menampilkan Pepsodent sebagai merk produk. Tetapi juga digunakan sebagai sarana kampanye “Sikat Gigi Pagi+Malam” yang di laksanakan di seluruh Indonesia. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui bagaimanakah representasi nilai sosial yang terdapat pada iklan pepsodent Ayah Adi dan Dika versi Ganti Peran tersebut. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan penggunaan teknik analisis semiotik melalui metode observasi dalam mengambil kesimpulan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini ialah adanya nilai sosial menurut Prof. Notonegoro yang berjumlah tiga jenis nilai sosial dengan sub nilai yang hanya terdapat tiga dari total empat sub nilai dalam iklan Pepsodent Ayah Adi dan Dika versi Ganti Peran dengan jumlah keseluruhan 16 scene. Nilai-nilai tersebut adalah Nilai Material, Nilai Vital, dan Nilai Kerohanian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa aspek denotasi, konotasi dan mitos yang dominan diperoleh pada iklan ini adalah tanda tipe denotasi yaitu pada penggunaan dialog dan monolog serta mimik wajah tokoh. Yang mengacu pada beberapa kesimpulan yang didapat juga bervariasi, mengingat penggunaan semiotik roland barthes turut digunakan dalam penelitian ini. Terlihat pada beberapa scene yang diteliti adanya beberapa perbedaan dalam denotasi, konotasi dan mitos yang terdapat dalam iklan

Kata kunci: Representasi Nilai Sosial, Iklan Pepsodent Ayah Adi dan Dika.

ABSTRACT

This study is titled “Representasi Nilai Sosial Pada Iklan Ayah Adi dan Dika Versi Ganti Peran”. This advertising shows two characters namely Ayah Adi dan Dika. In addition to showing Pepsodent as a brand for commercial purposes, is also used as a means of campaign “Sikat Gigi Pagi+Malam” which is carried out throughout Indonesia. The purpose of this study is to find out how the representation of social values contained in the “Pepsodent Ayah Adi dan Dika Versi Ganti Peran” ad. This study uses qualitative research method in taking conclusion. The result from this research is the existence of social value according to Prof. Notonegoro which consists of three types of social values with sub-values that are only three of the four values in the Pepsodent Ayah Adi dan Dika Versi Ganti Peran with a total of 16 scenes. Those values are Material Value, Vital Value, and Spritual Values. The conclusions obtained also vary, considering the use of semiotics of Roland Barthes are also used in this study. Seen in several scenes examined the existence of some differences in denotation, connotation and myths contained in the ad though at some value the use of the same scene when examined.

Keywords: Social Value Representation, Pepsodent Ayah Adi dan Dika Ad.